

¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE COMUNICACIÓN?

Carina Paola Sapag

Universidad Nacional de La Plata (Argentina)

carinasapag@yahoo.com.ar

¿Cuántas veces un estudiante o un profesional de la comunicación se ha preguntado qué es la comunicación? ¿Cuál es su objeto de estudio? ¿La única certeza que obtiene la sociedad de ella es la vinculada con los medios? Son algunos de los interrogantes que Miguel Ángel Santagada (1) intenta dilucidar en “Paternalismos huérfanos. Comunicación, democracia, globalización”.

La noción de que esta disciplina no puede ser estudiada sin la mirada y los aportes de otra, como por ejemplo, la cultura o la educación, son el principio de un largo entramado por el cual el autor va recogiendo y analizando las diferentes miradas comunicacionales.

Para ello, nada mejor que situarse en medio de “dos mundos”: el norteamericano y europeo, y el latinoamericano. Partiendo de las teorías de la Mass Communication Research, de la comunicación alternativa y para la liberación, Santagada realiza un gran aporte a lo comunicacional desde las palabras de importantísimos autores destacados en dicho campo, entre los que se encuentran, Jesús Martín Barbero, Mc Quail y Néstor García Canclini.

¿Cuántas veces uno se ha preguntado para qué sirve estudiar comunicación? ¿De qué puedo trabajar luego de instruirme en dicho ámbito? Son interrogantes que se suman al estudio de Santagada, con la finalidad de intentar obtener un aspecto positivo hacia las formaciones académicas y su contenido.

De este contenido, que muchas veces ha sido manoseado por la sociedad misma, se desprenden dos nociones que aún continúan siendo muy cuestionadas: ¿la comunicación puede delimitarse a un solo campo de estudio? y ¿el utilizar los medios de comunicación nos hace más inteligentes, más sabios?

Partiendo de estas dos premisas, el autor permite hacer comprender, en cuanto a la primera, que la comunicación difícilmente pueda ser abarcada desde una única perspectiva, que pueda contener un solo objeto de estudio, ya que, a diferencia de una investigación en comunicación, ésta no posee objetivos generales ni específicos delimitados, ni una hipótesis ni varios presupuestos. Esto deja entrever, que muchos conceptos como la cultura, la educación, la identidad, el estrato social, las consecuencias de gobiernos autoritarios y militares, entre otros, forman parte del estudio de lo comunicacional. Es decir, son factores que no pueden estudiarse fuera de dicho ámbito, y por ello, asume la unión transdisciplinaria de comunicación/cultura, no como dos elementos aislados, sino como un todo.

Para ello, nociones trascendentales como cultura popular, globalización, heterogeneidad, homogeneidad, alienación, hegemonía, mundialización, intelectualismo, desigualdad social, educación, recorren el pensamiento de este autor, quien intenta dilucidar la problemática de la comunicación y su relación con las sociedades, principalmente, latinoamericanas.

En cuanto a la segunda premisa, elabora una serie de apartados fundamentales, en donde explicita, en primer lugar, la relación de los medios de comunicación con la sociedad. Manifiesta cómo los seres humanos adoptan y hacen suyas las decisiones, propuestas, relatos e informaciones que brindan los medios, llegando a la noción de “masa”, la cual, como también es comprendida como un todo, no deja un espacio a la interpretación libre y personalizada. Es decir, la influencia de los medios de comunicación sobre la sociedad, es uno de los tantos pilares que se destacan en este libro, haciendo hincapié en las empresas transnacionales, multimedios, corporativismos, sensacionalismos, etc.

No obstante, esta nueva etapa en la que estamos sumergidos, en donde tenemos fácil acceso a la información por medio de diversos soportes –computadoras, periódicos, aparatos televisivos, etc.- nos introduce en una dicotomía entre información y conocimiento. El hecho de estar informados, sea cual fuese el medio, no equivale a decir que por ello conocemos más, por que una de las claves para llegar a afirmar esto, es que utilizaríamos la reflexión y la interpretación. Esta confusión es la que plantea Santagada de forma muy creativa y elocuente, en donde no duda en utilizar como insumo, el cuento de Jorge Luis Borges “El zahir”.

Sin embargo, también se plantea el hecho de que esta modernización no se encuentra universalizada, ya que solamente el 20% de la población tiene acceso a las más desarrolladas tecnologías, aunque esa proporción sea la encargada de entender que esos beneficios son universales. En consecuencia, intenta romper con esta noción de que vivimos en la sociedad de las informaciones y comunicaciones.

Pero, como así también Santagada plantea esta problemática que no hace más que agrandar las brechas sociales, esboza, por otra parte, el llamativo hecho de cómo se han desarrollado tan rápidamente estas tecnologías, y para ello, menciona el ejemplo de

un hombre de 80 años. Este hombre, ha sido protagonista de la incorporación de toda innovación tecnológica a lo largo de su vida: teléfono, televisión, fax, módem, celular, DVD, CD, entre tantos otros, sin dejar de aclarar que sólo lo han vivido algunos hombres de dicha edad.

Esta velocidad a la que hace alusión el autor -de la cual muchos quedan fuera-, es la que una vez dio cuenta Beatriz Sarlo (2), cuando mencionaba la “Cultura fast” en oposición a la “Cultura lenta” y dejaba entrever cómo lo “fast” se había convertido en una estética de lo cotidiano, en donde solamente los que son muy pobres o muy finos, caen fuera de ella.

Todos estos elementos conducen al autor a referirse al “paternalismo”, postura de la cual se hacen eco los medios de comunicación, en donde las sociedades son incapaces de discriminar lo que consumen de ellos. Por tal motivo, él adopta la noción de criticismo metódico, entendida como aquella actitud independiente, considerada como “huérfana”, la que tiene como objetivo transformar el problema de la comunicación pública en un asunto y recurso público de las instituciones democráticas, en donde todos puedan tener acceso a ella, y para que a su vez, se intente formar una conciencia crítica en aquellos que pretenden ser profesionales de la comunicación.

Notas

(1) Nació en Buenos Aires. Estudió Filosofía y Letras en la Universidad de Buenos Aires. Se doctoró en Filosofía en la Universidad Laval, Québec, Canadá. Es miembro de LANTISS (Laboratoire des nouvelles technologies de l'image, du son et de la scène) y docente e investigador del Área de Ciencias Sociales en diferentes universidades públicas de la Argentina. Condujo varios grupos de investigación sobre problemáticas vinculadas con el arte y las culturas contemporáneas.

(2) Sarlo, Beatriz. *Instantáneas*. Buenos Aires, Editorial Ariel, 1996.

Bibliografía

SANTAGADA, Miguel Ángel. *Paternalismos huérfanos. Comunicación, democracia, globalización*. Buenos Aires, Eudeba, 2004.

SARLO, Beatriz. *Instantáneas*. Buenos Aires, Editorial Ariel, 1996.